

IV 花き生販連携先進事例

1 JA筑前あさくら鉢物部会（福岡県）

<生販連携促進交流の概要>

(1) 交流大会名

JA筑前あさくら第3回産地展示会

(2) 大会の目的、実施したタイプ

当産地は、卸・小売業などの関係者に対する産地の商品情報の提供、消費者に望まれる商品づくりを目的にこれまで春の産地展示会を開催してきた。

今後もこの取組みを組織として定着させ、生産サイド、卸・小売サイドの連携を強化し、一般消費者のニーズにあった鉢花の生産・販売活動を目指すことにしている。今年度は、商品アイテムが少ない秋の展示会を開催し、生産者一人ひとりが一歩前に踏み出して生産、販売に取り組むとともに、「甘木の花」のブランド力をより一層強固なものとするため、交流会を開催することとした。

(3) 実施時期、場所

開催日時	平成20年10月24日（金）13時から17時
開催場所	福岡県朝倉市小隈242 JA筑前あさくら鉢花流通センター

(4) 大会の趣旨

当産地は、これまで甘木の花産地展示会として、2006年3月、2007年3月にJA筑前あさくら鉢花部会が主体となって普及センターの指導で実施した経緯がある。過去2回の開催時期は、春の商品アイテムを対象に、卸・小売業等の関係者に対する産地の商品情報の提供、消費者に望まれる商品づくり、「甘木の花のブランド化」を目的にそれぞれ約100名、約140名の参加を得て実施したところである。鉢花部会員の中には、技術・経営内容が全国トップレベルの生産者や鉢物用リンドウの育種家として有名な生産者もいる。しかし、産地全体としては、春の商品が多いので、今回は、秋の商材を積極的にアピールすることに力点を置いて、会員毎に生産品を展示して商品情報交換を行った。また、部会には、6つの研究会があつて、展示会においては、各研究会の代表がセミナーの講師となつて、購入後の管理のポイントを説明し、販売に当たっての商品知識を伝えることに努めた。

(5) 参加人員、構成

参加者は、全体で146名（予定130名程度）であつた。参加者の内訳は、市場関係45、園芸店・ホームセンター・生花店27、行政関係13、その他5、生産者47、事務局9（JA5、普及センター4）である。

市場関係は、九州の各市場並びに中国、四国、近畿からの参加があり、部会員との交流が行われた。また、園芸店・ホームセンター・生花店からは、県内を中心に参加

され、各ブースでの交流のほかセミナーにおいて、日頃消費者から受ける質問について、説明の仕方について講師に相談していた。

(6) プログラム

大会のプログラムは、下記のとおりで、先ず、開会に当たって関係者による開会行事が行われ、最初に主催者を代表して鉢花部会長が挨拶、続いて農協副組合長、農水省、日本花普及センター、朝倉地域農業改良普及センター所長からそれぞれ挨拶が行われた。

13時30分から交流会が行われ、部会員毎にブースを構え個人毎の生産品を展示し、品目毎に規格（鉢のサイズ）、入数（1ケースの鉢数）、希望単価を表示して商談を行っていた。また、事務局では、個人別に顔写真入りで、経営の特徴（得意分野、推奨ポイント）、品名（品種名）、規格、入数、希望価格、出荷時期を一覧表にして冊子にまとめて参加者に配布するとともに、各自の取扱品目を写真入りのPOPを作成したり管理の方法についてのチラシを作って配布した。

～ 大会 プログラム ～

- 13:00～13:30 開会行事
- 13:30～16:00 自由交流
 - ・鉢花の展示
 - ・「新品種・新商品等紹介プレゼンテーション」
 - ・「各ブース毎の商品情報交換会」
- 15:00～15:30 管理セミナー
- 13:00～16:00 甘木の花を使った寄せ植えの展示

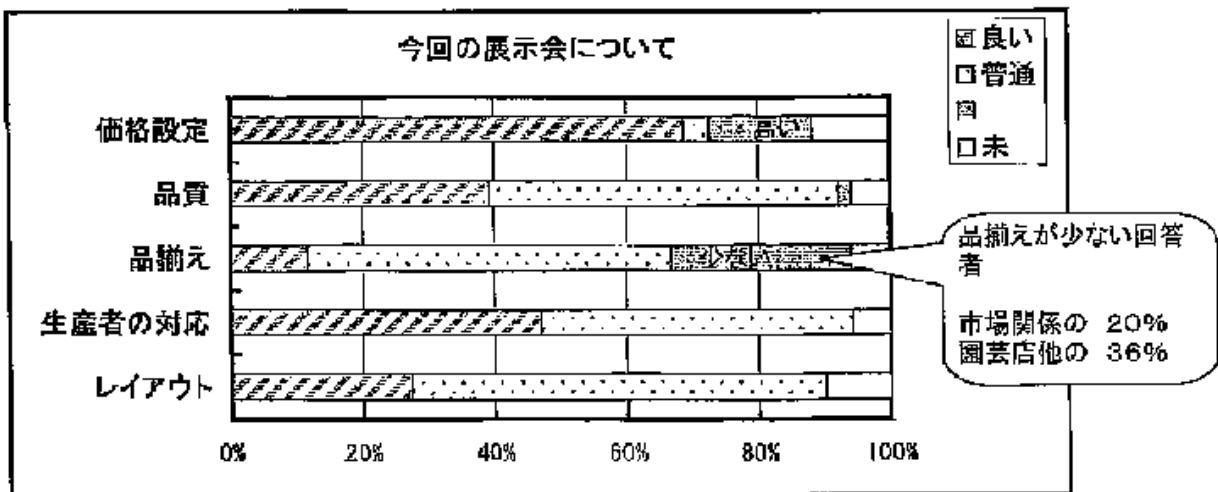
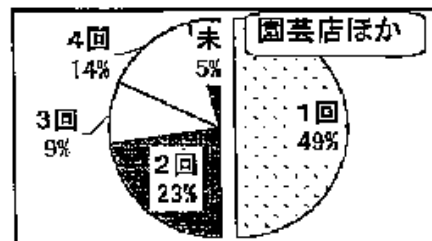
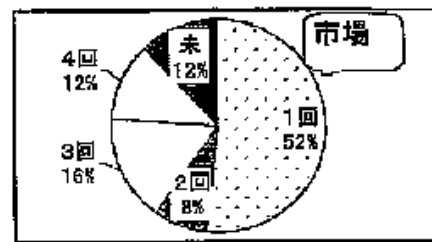
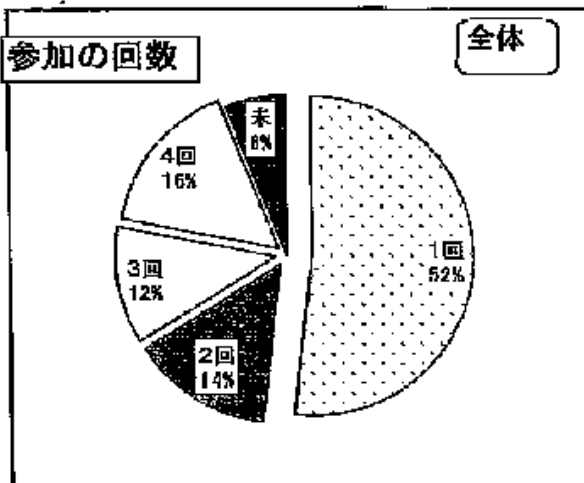
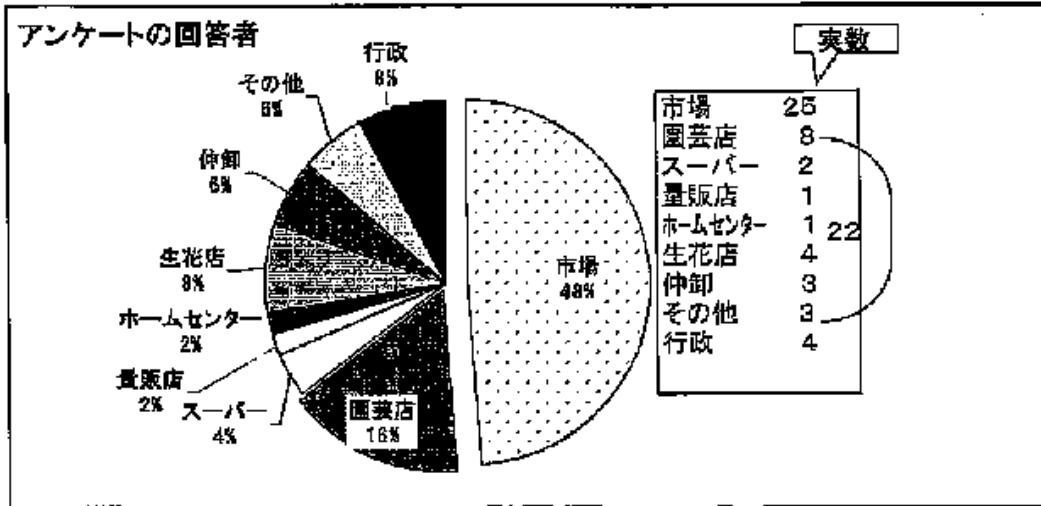
内 容	ね ら い	工夫した点	来場者の意見・反応
鉢花の展示	・秋冬、春の商品の販売促進、販路拡大。 ・主要生産品目のPR	・オリジナル商品、新商品づくりのための勉強会を開催	・品揃えに不足感 商談の成果： 8市場より注文
栽培管理セミナー	・お客さんに鉢花を長く楽しんでもらうために、販売関係者へ管理方法のポイントを紹介する。	・各研究会長よりポイントを簡単に紹介した。	・時間がわかりにくかった。 ・会場内は雑談とかぶって聞きにくそうだった。 ・新たな試みでよい
各ブースごとの商談	・生産者と販売サイドの連携強化にむけた意見交換ができる。 ・新商品、オリジナル商品づくりのための情報収集	・商談しやすい会場作り ・接客方法などの勉強会を開催	・意見交換が十分出来た：4% まあまあできた：72% ・品揃え不足 ・新しい商品への期待
寄せ植えの展示	・甘木の花を使って寄せ植えを作成展示することで使い方を紹介する。	女性部、後継者クラブを中心に研修会を開催した。	・各ブース前や会場内の寄せ植えが会場を華やかにしていた。

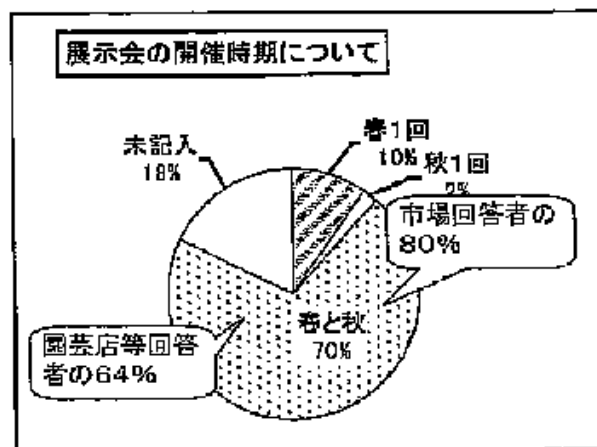
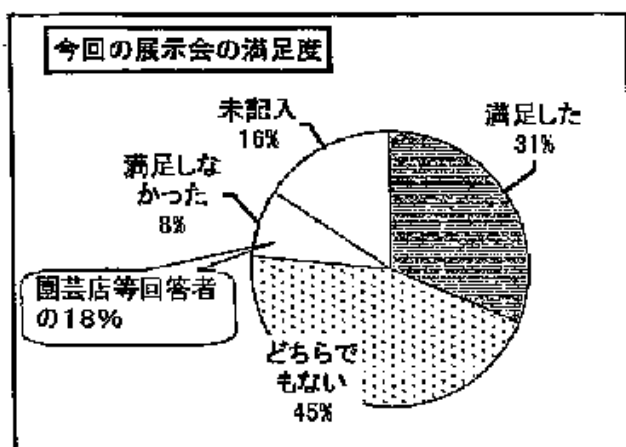
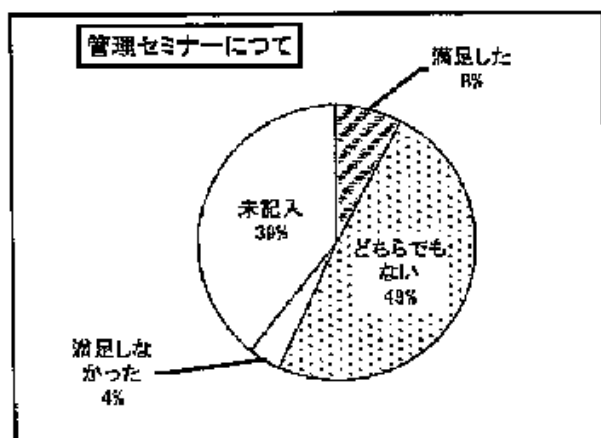
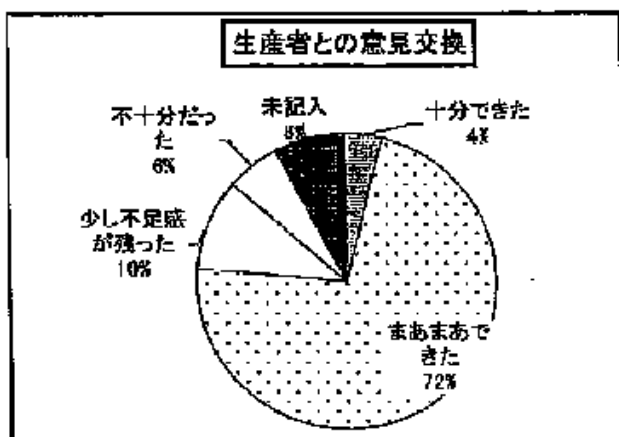
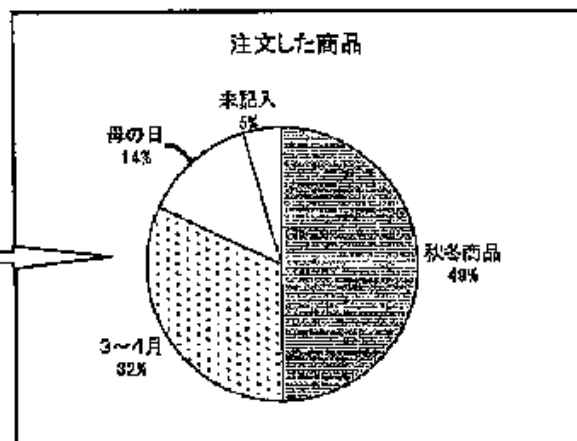
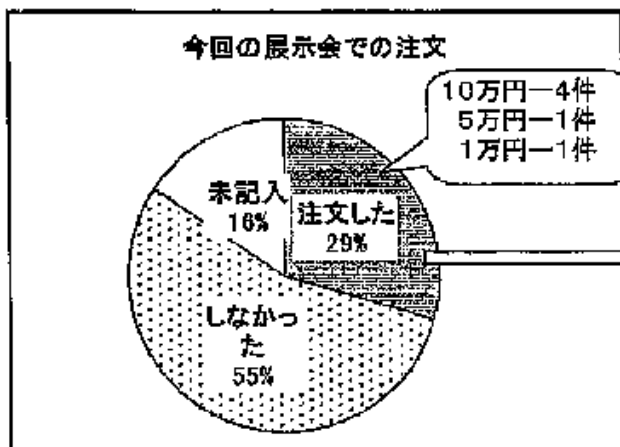
(7) その他

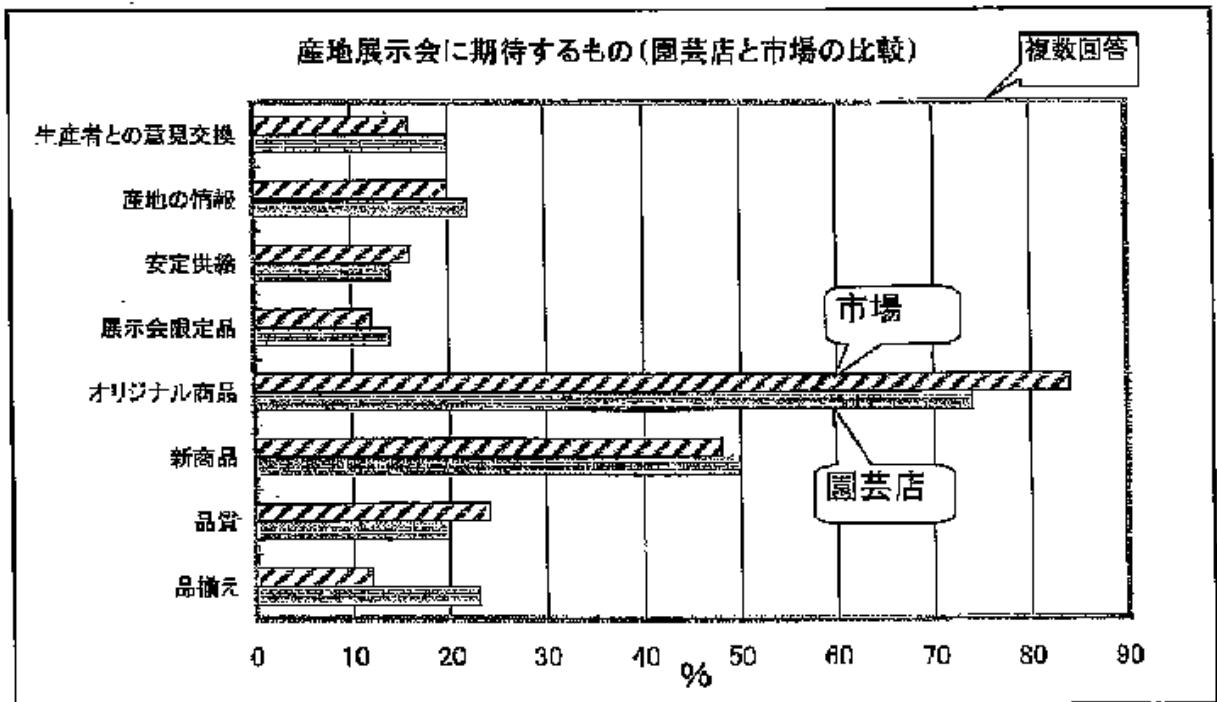
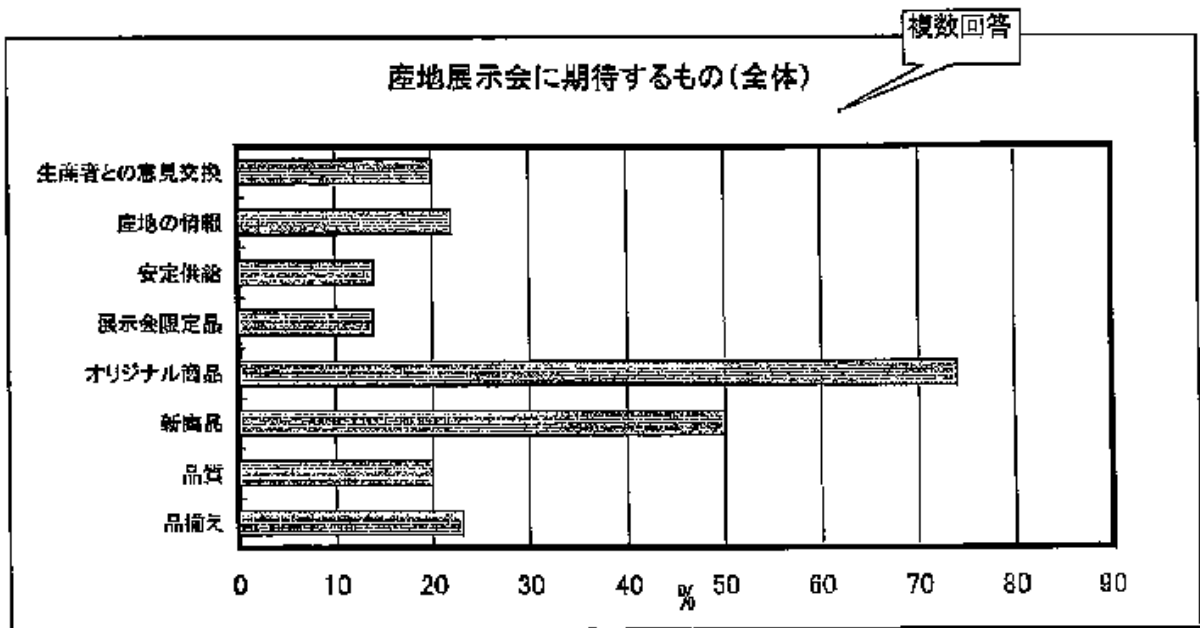
当地域は、「博多万能ねぎ」の産地として有名であるほか、近隣には久留米市田主丸の苗木産地、耳納山麓のカキ産地等があつて園芸技術の高いところであるが、花きについては、八女のキク等に比べれば比較的新しい産地といえる。この中にあつて、鉢花のリンドウの育種に見られるように生産者育種に取り組んでいる農家もあり、また、切り花でも電照キク、新テッポウユリ、ダイアンサスを中心に農協共選に取り組み研究会活動も行われている。農協としては、生産量をまとめ品質の良さをP・Rしていきたい意向で、平成20年度の売上目標を6億円としているが、農協組合員であっても鉢花部会に加入していない農家もあつて、今後、これら農家の組織化を進める上でも交流大会の成果が注目される。

(JA筑前あさくら鉢花部会の産地展示会参加者アンケート結果)

アンケート回答者:51名







アンケート回答者のコメント

項目	市場	園芸店ほか	行政
管理セミナー	<ul style="list-style-type: none"> ・時間がわかりにくい ・時間がわかりにくく参加できなかった ・すべてのブースに簡単な管理の仕方のメモ紙みたいなものがあればよい 	<ul style="list-style-type: none"> ・時間がなく最後まで聞けなくて残念 ・聞いていなかった(その他) ・管理ではなく、新品種、オリジナル商品の紹介などの説明が良い(仲副) 	<ul style="list-style-type: none"> ・会場内は雑談とかぶって聞きにくそう ・新たな試みでよい
展示会の満足度	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者が親切だった。もう少し積極的に営業してほしい ・価格設定が少し高いです ・生産者のメインの商品が見られた ・園芸店は、金曜日の午後が忙しく土曜日にしてくれとの意見あり、2日間くらいあればもっとたくさんの方の業者が集まるのでは ・担当以外の生産者とも話せたのでよかったです ・展示会特別価格があっても良かったのでは、花苗はみんな価格が一桁であったのでは、価格の差があっても良いと思う ・1件でも多く出荷依頼できたこと 	<ul style="list-style-type: none"> ・商品がもっとあってもいい(園) ・展示会参加のメリットが欲しい。限定品・特価品(園) ・展示会と参加しなくても希望で参加できる(園) ・産地にこんなに生産者がいたのは知らなかった(スーパ) ・商品構成が同じ所が多く、変わった商品を扱うブースがもっとあればと思う(園) ・新しい商品として取り組が欲しい(その他) ・園芸店と価格の差が大きい(園) ・生産者の希望価格と花屋の希望値に差がある。必要経費は上がっているが花は売れない(生花) ・内容は満足、注文が取れなかった商品あり注意してほしい(園) 	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな商品への取り組みが少ない。「展示会だからできる」事をもう少し意識を持って取り組んでみては ・証明をもう少し明るく下線は、満足したと答えた人のコメント ・品種がほとんど同じ、変わった品種が少ない ・網掛けは、満足しなかったと答えた人のコメントです ・前回より証明がよく見やすかった

項目	市場	園芸店ほか	行政
<p>生産者サイドと販売サイドがさらに連携を強化するための取り組み</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・年に2回ほどないと花の状態が分からない ・春用と秋用に分けた方がよい ・市場が盛り上がる時期だから(春と秋) ・花が整ってからがいい ・3、10月シーズン前にみたい ・こういう機会は多い方がいい ・3月下、10月下花が整ってからのがいい ・シーズンに丁度いい ・定期相対等ができるように月別単価を出してほしい ・取引市場への生産情報を今以上にマメにお願いしたい。その情報を市場は買参人に提案していきます。10月だと12月、1月の商品情報の提案時期です。すでに5月の商談も始まっています。 ・価格表(相対分) ・もつと多くコミュニケーションを取る ・生産者からの情報が少ないので市場との連携を忘れずにマメに行う。 ・売店との意見交換、売り場販売の仕方など ・出荷情報をこまめに知りたい ・花屋は出にくいので生産者から出向いたら 	<ul style="list-style-type: none"> ・春は商品がおおくあるので(園芸) ・花数が多いため(春1回、園芸店) ・年2回の需要にあわせる(その他) ・一同の生産者と話ができる ・母の日と年末商戦とからめたい(2月と10月、量販店) ・少し早い2月下～3月上、9月上～下旬が良い(仲卸) ・3、9月 ・市場で売れるかではなく花屋で売れるか聞きに来てください(園芸、生花) ・末端のお客さまにどう売るか両方強化したい。会社、自営業者にとって一番は、お客ではなく一緒に働く家族、従業員であること。身内が満足しないとお客様にも満足した商品を買ってもらえないと思ふ(生花) ・お互いの現場見学(園) ・生産者による直接販売の場を作る ・生産者が大きな消費動向を探る場(その他) 	<ul style="list-style-type: none"> ・11月(もう少し品物が集まるのでは) ・消費拡大のためにできることを話し合ったらいかがでしょうか ・PRを多くする

<実施の手順>

(1) 実施体制

実施に当たっては、実行委員会を組織し、事務局はJ A筑前あさくらが担当した。

実行委員会は、J A筑前あさくら鉢花部会の各研究会長等12名で構成して実施体制を整備するとともに、全体の企画運営や各生産者のPOP作成等については朝倉地域農業改良普及センター等の支援を得た。

なお、当産地は、これまで甘木の花産地展示会として、2006年3月、2007年3月の2回、生産出荷の中心となる春に実施しており、生産者が自ら実施運営に当たった経験があったので、このたび、新たに秋の花産地展示会に取り組んだ。

(2) スケジュール管理

実行委員会では、運営委員会(5月下旬)を実行委員会と同じメンバーで立ち上げ、同時に全体会議を開催し、前年度の実績を参考にして展示会に向けての商品づくりの検討を開始した。また、鉢花部会の後継者、並びに女性部の意見を取り入れることとし、両者との意見交換会を開催するとともに、ポスター、チラシ等を作成し、市場関係者等への交流会の趣旨の説明と参加の依頼を行った。更に、POP作りの講習会を開いて、手作りで個々の生産者の商品紹介を行うことにした。

なお、運営委員会(5月下旬)立ち上げから産地展示会の開催(10月24日)までのスケジュールは、別表のとおりである。

(3) 開催PR(参加者募集等)

参加者の募集は、ポスター、チラシを作って、7月上旬から市場への呼びかけ、9月上旬には買参人への呼びかけ、10月上旬には再度市場への呼びかけ(地元の園芸専門店等への広報活動)を行った。

(4) 企画・立案までの過程

企画・立案に当たっては、朝倉地域農業改良普及センター等の指導により実行委員会(運営委員会)が中心になって実施した。普及センターの担当者は、千葉県等の事例も参考にしながら、単協の部会開催としての特色を出すよう努力した。特に、交流会運営には後継者、女性部を参画させ、商品説明も会員が行い、各ブースには個々にPOPを作って展示したり、生産者別に顔写真入りの資料を作成し、経営の特色と商品P・R並びに甘木の花を使った寄せ植え作品の展示を行った。

(5) 会場運営

会場は、農協の選花場を利用した。各会員毎の商品の展示は、壁側に出荷用の台車を利用しP・Rしたい商品を各段に陳列し、商品毎の規格、入数、希望単価、出荷数量を表示し意見交換を行った。

また、会場中央部に椅子と机を配置し、そこでも交流できるようにしたほか、一部を研修会用スペースした。なお、時期的に冷・暖房の必要がなく、道路に面して駐車場も十分であり、事務室も完備されていた。

(6) 進行 (役割分担)

進行は、鉢花部会長の下、普及センター、農協職員の応援を得て行われた。今回で3回目であり、これまでの経験を生かして手順どおり行われた。

(7) アンケート

アンケートは、交流会全体について10項目(A4・1枚)の設問を行うとともに、別途、展示ブース毎の感想・意見・要望等を聞き取ることにした。したがって、前者で会場設営、交流会の内容、開催時期、セミナーのテーマ等についての意見の把握ができ、後者で個々の生産者の商品等についての意見を把握できるので、今後、産地としての取組みの方向が明らかになってこよう。

(8) その他

事務局の配慮で、交流会後半に会場周辺の鉢花生産者のほ場を見学した。この中で、リンドウの鉢花用品種の育成者、並びに花壇苗の大規模生産者のほ場を見ることができ、地域のオリジナル品種の育成、ブランド化推進の先導的役割を果たしていることが見受けられた。

第3回 産地展示会準備スケジュール

時期		内 容	準備等
4月	上旬		
	中旬		
	下旬		
5月	上旬		
	中旬		写真、チラシ作成準備
	下旬	・運営委員会、全体会議	調査用紙、スケジュール配布(出品調査、参考前年分)
6月	上旬	呼びかけ、確認(出品)	
	中旬		ポスター、チラシ作成、BGMの検討
	下旬	・運営委員会	市場あいさつ、スケジュール、ポスター(案)の検討
7月	上旬	・市場あいさつ(ポスター、チラシ配布)	・出品調査用紙回収
	中旬		出品調査のまとめ
	下旬	・学校との打合せ	
8月	上旬	・運営委員会、全体会議 ・パンフ、POP作成検討 ・会場飾花について	・前年のパンフ、POPを配布 ・予算検討 ・台車数量確定
	中旬		リスト作成及び台車の数とレイアウトの検討
	下旬	・講習会(POP、チラシ打合せ)	POP、チラシ打合せ(3~4日)
9月	上旬	・案内状発送 ・賞参人さんへのあいさつ	会場レイアウト作成
	中旬	・全体会議	POPチラシ作成
	下旬	・子供ガーデニング教室打合せ	子供ガーデニング教室打合せ
10月	上旬	・市場あいさつ(広報活動)	
	中旬		・資料出来上がり ・展示会準備(前日)
	下旬	展示会準備 産地展示会(24日)	
11月	上旬		・ガーデニング教室打合せ
	中旬	子供ガーデニング教室	
	下旬		

<実施内容>

(1) 目的との整合性

今回は、新品種、新商品紹介等による販路拡大等の商品情報交換を主として実施されたが、これまでの春とともに秋の商品の紹介等を行った点で、産地としての生産の幅を広める機会となり、目的に合致したものといえる。

新品種についても甘木産のリンドウの品種を紹介する等地域のオリジナル品種を紹介し、また、個々の生産者も独自の取組みの紹介に努めた。

なお、セミナーでは、販売店で消費者から尋ねられる管理のポイントを中心にワンポイントレッスンを行った。聞き手は、女性が多かったが、日頃お店で聞かれる病害虫の駆除、温度管理等についての質問を行っていた。

(2) プログラムの時間配分

13時に開会し、当初30分は、関係者によるセレモニーを行い、13時30分から交流の時間となった。交流の時間は、16時までで、その間40分程度栽培管理セミナー（1品目10分程度）を行った。セミナーでは、予め説明内容を整理した資料を配付したこと、個々のブースでは、P・Rしたい内容を整理した資料を配付したので、参加者に便宜を図り気配りした内容になった。このため、スケジュールどおり進行し、参加者もそれぞれ満足したと思われる。

(3) 参加者の反応

参加者は、市場関係者が多く、どうしても商品アイテムの多く、目新しい品物があるところに集まっていた。秋の時期としては、初めての試みであったので、企画・立案の段階から実行委員会としては、品物が揃うかが心配であったようであるが、28名の会員がそれぞれ工夫して展示した。中には、技術的にまだまだ不十分であることを認めている生産者もあり、これらについては、今後のレベルアップを期待したい。

なお、市場関係者が近畿以西の広範囲から参加しており、関係者の甘木の花への期待が伺える。

(4) 出展状況

今回の出展品目としては、シクラメン、ガーデンシクラメン、コチョウラン、パンジー、スマレ、リンドウ、ハボタン、ヒューケラ等のほか小緑化木も一部見られた。春に比べれば、品目数が限られるが、当産地育成のリンドウで心美（ここみ）シリーズの3～4品種のほか数品種が出展され、地域のオリジナル品種として取組んでいる。

なお、出展者は、顔写真入り、花の写真付きで自家の商品をPRしたほか、独自のチラシを作成して配付したが、これらの作成に当たって農業改良普及センターの指導によるところが大きい。

(5) 会場の配置・広さ・導線

会場は、選花場の一部で、未利用の部分の境は紅白の幕で仕切りをした。

出展ブースは、参加者が見て回りやすいように壁側に配置し、広さも十分取られた。

また、中央部に面談用の場所が設けられ、3回目でもあり、出展者、参加者ともに導線等で不便を来すことはなかった。

なお、展示には台車を利用したことも経費の面で工夫しており、会場が別のところであれば、会場設営に多額の経費を要するところであろう。

<まとめ>

(1) 「甘木の花」のブランド化をめざす産地展示会

J A筑前あさくら鉢花部会は、地域農業改良普及センターの指導支援を受けて、2006年3月と2007年3月の2回春に甘木の花産地展示会を開催してきたが、秋の商品アイテムのPRと開発を目的に、今回は、10月に第3回産地展示会を開催した。

これまでの産地展示会の経験を活かして、会場は農協の選花場と鉢物用台車の活用、POP作りの講習会による商品のPR等手作り感覚の産地展示会であるが、参加者の募集については、7月から市場や小売り関係者にポスターやチラシで呼びかけたところ、近畿以西の広範囲から約140名の参加を得て、商品アイテムの少ない秋としては成功裏に開催できた。

(2) 生産者による新品種や新商品の紹介及び栽培管理のセミナー

産地展示会の中央部に商品情報交換の場としてテーブルを配置するとともに、会場の一角にセミナーコーナーを設けて、生産者が手作りのPOP等を活用して新品種や新商品の紹介を行うとともに、店頭での栽培管理のセミナーを開催し、好評であった。

(3) 今後の産地ブランドの確立と産地規模の拡大

今回の産地展示会には、鉢花部会会員31名のうち、28名が台車によるブース出展を行ったが、今後、春と秋の産地展示会を定期的で開催して、「甘木の花」のPRを行うとともに、鉢花部会に未加入の鉢物生産者等へ組織化が大きな課題である。

なお、J A筑前あさくら農協としては、販売目標を6億円としているが、近年の価格低迷で取り扱い金額しており、参加農家の話では、売上金額が以前の半分程度になっているとのことである。

(JA筑前あさくら鉢物部会の第3回産地展示会の紹介写真)



<産地展示会の会場>



<産地展示会場での商品・情報交換>



<組合員の台車のベースにした出展ブース>



<新品種・新商品等紹介>



<管理セミナー>



<品目・品種、規格等の表示>



<甘木のリンドウのタグ>